



PENGEMBANGAN EKONOMI BERBASIS POTENSI LOKAL MELALUI
OPTIMALISASI PARIWISATA TULAK LANGI' DI LEMBANG SARAPEANG,
KECAMATAN REMBON, KABUPATEN TANA TORAJA

Grace Sriati Mengga^{1*}, Anastasia Baan², Esra Pailan³, Hulda Lois⁴

¹⁻⁴Universitas Kristen Indonesia Toraja

gea.gsm29@gmail.com

ABSTRAK

Lembang Sarapeang di Kecamatan Rembon, Kabupaten Tana Toraja memiliki potensi wisata alam dan budaya yang cukup besar melalui Objek Wisata Tulak Langi', yang menawarkan panorama pegunungan, perbukitan hijau, udara sejuk, dan pemandangan lautan awan. Namun, pengelolaan destinasi masih menghadapi persoalan kebersihan, penataan kawasan, keterbatasan fasilitas pendukung dan informasi, serta promosi digital yang belum optimal. Kegiatan pengabdian ini bertujuan membantu masyarakat mengoptimalkan potensi Tulak Langi' sebagai penggerak ekonomi lokal. Kegiatan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan observasi lapangan, wawancara, dan studi dokumentasi. Tahapan kegiatan meliputi persiapan, identifikasi masalah, perencanaan program, pelaksanaan bersama masyarakat, dan evaluasi. Program yang dilakukan mencakup penataan fasilitas wisata, gotong royong kebersihan, pembuatan papan informasi dan petunjuk arah, penataan spot foto, pengelolaan media sosial, dokumentasi promosi, serta pengangkutan material kayu untuk pembangunan gazebo. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kebersihan dan kenyamanan kawasan, tersedianya fasilitas dasar wisata, serta mulai terbangunnya sarana promosi digital yang berpotensi memperluas jangkauan informasi destinasi. Kegiatan juga mendorong kesadaran masyarakat mengenai peluang ekonomi dari pengelolaan wisata. Keberlanjutan program memerlukan pemeliharaan fasilitas, konsistensi promosi digital, dukungan pemerintah, dan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan produk serta jasa pendukung wisata.

Kata Kunci: Pengembangan Ekonomi Lokal; Pariwisata; Tulak Langi'; Promosi Digital

ABSTRACT:

Sarapeang Village in Rembon District, Tana Toraja Regency, has considerable natural and cultural tourism potential through the Tulak Langi' tourist site, which offers mountain panoramas, green hills, cool air, and sea-of-clouds scenery. However, destination management still faces challenges related to cleanliness, area arrangement, limited supporting facilities and visitor information, and suboptimal digital promotion. This community service activity aims to help the community optimize Tulak Langi's potential as a driver of the local economy. The activities consisted of preparation, problem identification, program planning, implementation with the community, and evaluation. Programs included arranging tourism facilities, community clean-up activities, developing

information and directional signs, arranging photo spots, managing social media, producing promotional documentation, and transporting wood materials for gazebo construction. The results indicated improved cleanliness and comfort of the tourism area, the availability of basic visitor facilities, and the initial establishment of digital promotional channels with potential to broaden destination outreach. The activities also increased community awareness of economic opportunities arising from better tourism management. Program sustainability requires continued facility maintenance, consistent digital promotion, government support, and active community participation in developing local products and tourism-related services.

Keywords: *Local Economic Development; Tourism; Tulak Langi'; Digital Promotion*

PENDAHULUAN

Kabupaten Tana Toraja merupakan salah satu kabupaten di Sulawesi Selatan yang dikenal akan kekayaan wisata alam dan budaya. Salah satu wilayah yang memiliki potensi wisata namun belum banyak dikenal secara luas adalah Lembang Sarapeang di Kecamatan Rembon. Wilayah ini memiliki Objek Wisata Tulak Langi', sebuah destinasi yang menawarkan panorama pegunungan, hamparan perbukitan hijau, udara sejuk, serta pemandangan lautan awan. Selain keindahan alam, masyarakat Lembang Sarapeang masih menjaga kearifan lokal dan budaya Toraja yang berpotensi dikembangkan sebagai daya tarik wisata berbasis masyarakat. Pengembangan potensi wisata dapat menjadi salah satu upaya mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui peningkatan kunjungan wisatawan, pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan pendapatan masyarakat lokal. Pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal menekankan pemanfaatan sumber daya dan keunggulan daerah dengan partisipasi aktif masyarakat agar manfaat pembangunan dapat dirasakan secara langsung. Dalam konteks pariwisata, pengembangan berbasis budaya dan kearifan lokal juga dapat berfungsi sebagai penggerak ekonomi sekaligus sarana pelestarian identitas daerah (Sugiyarto & Amaruli, 2018).

Di sisi lain, kondisi pengelolaan Tulak Langi' masih belum optimal. Hasil pengamatan menunjukkan adanya persoalan kebersihan, penataan kawasan, estetika, keterbatasan fasilitas pendukung, serta minimnya informasi bagi wisatawan. Papan informasi, papan petunjuk arah, tempat sampah, dan spot foto masih terbatas. Kondisi lingkungan pada beberapa area juga dipenuhi rumput liar dan semak sehingga memerlukan pembersihan dan penataan secara berkala. Permasalahan lainnya adalah promosi wisata yang masih banyak mengandalkan informasi dari mulut ke mulut. Pemanfaatan Instagram, Facebook, dan TikTok belum dilakukan secara optimal. Padahal, media sosial dan konten buatan pengguna dapat mendukung perkembangan industri pariwisata (Purba & Irwansyah, 2022), sedangkan pengelolaan media sosial secara tepat dapat menjadi strategi digital marketing untuk meningkatkan visibilitas destinasi (Retnasary, Setiawati, & Anggara, 2019). Kajian mengenai strategi pemasaran digital destinasi juga menunjukkan pentingnya pemanfaatan media digital dalam memperluas jangkauan promosi (Pahabol et al., 2024; Ridla, Sawu, & Kanom, 2023).

Gap pengabdian dalam kegiatan ini terletak pada kebutuhan untuk menghubungkan potensi alam dan budaya Tulak Langi' dengan tindakan pengelolaan yang bersifat langsung dan partisipatif, terutama penataan kawasan, penyediaan fasilitas dasar, dan penguatan promosi digital. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan KKN-T diarahkan untuk membantu masyarakat mengidentifikasi permasalahan pengelolaan, melaksanakan penataan fasilitas dan kebersihan, membangun sarana promosi digital, serta mendorong pemanfaatan potensi wisata sebagai bagian dari pengembangan ekonomi masyarakat Lembang Sarapeang.

Tujuan pengabdian ini adalah mengoptimalkan potensi Objek Wisata Tulak Langi' melalui penataan kawasan dan fasilitas pendukung, peningkatan kebersihan dan kenyamanan, penyediaan informasi wisata, serta penguatan promosi berbasis media digital. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal bagi pengelolaan wisata yang lebih partisipatif dan berkelanjutan serta membuka peluang manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat.

METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Lembang Sarapeang, Kecamatan Rembon, Kabupaten Tana Toraja dengan masyarakat setempat sebagai sasaran kegiatan dan pengelolaan Objek Wisata Tulak Langi' sebagai fokus program. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan informasi melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Observasi dilakukan untuk melihat kondisi kebersihan, fasilitas, penataan, dan lingkungan objek wisata. Wawancara dilakukan melalui dialog dengan aparat lembang, tokoh masyarakat, dan pengelola wisata untuk menggali potensi serta permasalahan yang dihadapi. Studi dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan foto dan video kondisi lapangan serta informasi yang relevan dengan objek wisata.

Tahapan kegiatan meliputi: (1) persiapan berupa koordinasi dengan aparat lembang dan tokoh masyarakat serta survei awal; (2) identifikasi masalah terkait fasilitas, kebersihan, penataan kawasan, dan promosi; (3) perencanaan program sebagai respons terhadap permasalahan; (4) pelaksanaan program bersama masyarakat; dan (5) evaluasi hasil kegiatan sebagai bahan penyusunan laporan. Efektivitas kegiatan dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan kondisi permasalahan yang ditemukan pada tahap awal dengan perubahan yang terlihat setelah program dilaksanakan. Indikator hasil yang digunakan adalah kebersihan dan kenyamanan kawasan, ketersediaan fasilitas dasar dan informasi wisata, serta mulai terbentuknya sarana promosi digital.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

Tahap	Kegiatan	Output
Persiapan	Koordinasi dan survei awal lokasi	Data awal dan kesepakatan kegiatan
Identifikasi	Observasi, wawancara, dokumentasi	Pemetaan permasalahan wisata

Perencanaan	Menetapkan program penataan, fasilitas, dan promosi	Rencana kerja
Pelaksanaan	Gotong royong, fasilitas, dokumentasi, media sosial	Perubahan kondisi kawasan dan sarana promosi
Evaluasi	Mengamati hasil kegiatan dan keberlanjutan	Rekomendasi tindak lanjut

Sumber: Diolah berdasarkan tahapan kegiatan pengabdian Lembang Sarapeang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa Tulak Langi' memiliki aset alam yang kuat berupa panorama pegunungan, perbukitan hijau, udara sejuk, dan pemandangan lautan awan. Potensi tersebut diperkuat oleh keberadaan kearifan lokal dan budaya Toraja di masyarakat Sarapeang. Dengan demikian, pengembangan destinasi tidak hanya berorientasi pada pemanfaatan pemandangan alam, tetapi juga dapat diarahkan pada pengalaman wisata yang melibatkan masyarakat dan identitas lokal.

Temuan lapangan memperlihatkan beberapa hambatan utama. Kebersihan kawasan masih perlu ditingkatkan karena sarana pengelolaan sampah terbatas. Penataan dan estetika kawasan belum optimal, sementara fasilitas berupa papan informasi, papan petunjuk arah, dan spot foto masih terbatas. Informasi mengenai lokasi, akses, dan daya tarik juga belum memadai. Pada beberapa bagian, rumput liar dan semak tumbuh cukup lebat sehingga mengurangi kerapian kawasan. Permasalahan tersebut berhubungan dengan pengalaman pengunjung dan jangkauan pemasaran destinasi. Keterbatasan informasi dapat menyulitkan wisatawan baru, sedangkan promosi yang masih bergantung pada informasi dari mulut ke mulut membatasi jangkauan komunikasi destinasi. Temuan ini sejalan dengan kajian yang menekankan fungsi media sosial dan konten pengguna dalam mendukung perkembangan pariwisata (Purba & Irwansyah, 2022) serta pentingnya pengelolaan media sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran digital pariwisata (Retnasary et al., 2019).

Sebagai respons terhadap permasalahan tersebut, tim kegiatan pengabdian melaksanakan penataan dan perbaikan fasilitas pendukung, kegiatan gotong royong untuk kebersihan dan estetika, pembuatan serta pengelolaan akun media sosial Instagram/TikTok, dokumentasi foto dan video untuk bahan promosi, dan pengangkutan material kayu untuk pembangunan gazebo. Program tersebut diarahkan pada dua kebutuhan utama, yaitu memperbaiki kualitas pengalaman dasar di lokasi dan memperluas akses informasi mengenai destinasi. Program penataan kawasan menghasilkan kondisi yang lebih bersih dan nyaman. Gotong royong bersama masyarakat membantu membersihkan area yang dipenuhi rumput liar dan semak serta memperbaiki tampilan kawasan. Penyediaan fasilitas dasar, papan informasi, petunjuk arah, dan penataan spot foto juga memberikan

dukungan terhadap kebutuhan wisatawan. Hasil ini menunjukkan bahwa intervensi sederhana yang dilakukan bersama masyarakat dapat menjadi langkah awal untuk memperbaiki kualitas destinasi.

Pada aspek promosi, mulai terbangunnya sarana digital melalui akun media sosial dan dokumentasi foto-video memberikan saluran baru untuk memperkenalkan Tulak Langi'. Penggunaan media digital memungkinkan informasi destinasi disampaikan secara lebih luas dibandingkan ketergantungan pada promosi dari mulut ke mulut. Kajian Pahabol et al. (2024) dan Ridla et al. (2023) juga menempatkan strategi pemasaran digital sebagai bagian penting dalam promosi destinasi wisata.

Selain program utama di objek wisata, tim kegiatan pengabdian melaksanakan kegiatan pendukung di Lembang Sarapeang, yaitu pembuatan gapura Kantor Lembang, keikutsertaan dalam pelatihan budidaya kakao, monitoring tanaman kopi, partisipasi dalam pelayanan gereja, dan bantuan kegiatan panen di sawah. Kegiatan tambahan tersebut memperluas interaksi tim dengan masyarakat dan mendukung hubungan kerja sama selama pelaksanaan pengabdian.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kebersihan dan kenyamanan kawasan, tersedianya fasilitas dasar bagi wisatawan, dan mulai terbangunnya sarana promosi digital. Selain hasil fisik, kegiatan juga mendorong kesadaran masyarakat mengenai potensi ekonomi dari pengelolaan wisata. Namun, hasil tersebut masih merupakan tahap awal. Keberlanjutan manfaat sangat bergantung pada pemeliharaan fasilitas, konsistensi pengelolaan media sosial, dukungan pemerintah, serta keterlibatan masyarakat dalam mengembangkan produk lokal dan jasa pendukung wisata.

Tabel 2. Ringkasan Permasalahan dan Intervensi Pengabdian

Permasalahan	Intervensi	Hasil yang Teridentifikasi
Kebersihan dan rumput liar	Gotong royong dan pembersihan kawasan	Kawasan lebih bersih dan nyaman
Fasilitas dan informasi terbatas	Papan informasi, petunjuk arah, spot foto	Fasilitas dasar dan informasi mulai tersedia
Penataan dan estetika belum optimal	Penataan kawasan dan dukungan pembangunan gazebo	Kawasan lebih tertata
Promosi masih dari mulut ke mulut	Akun Instagram/TikTok dan dokumentasi foto-video	Mulai tersedia sarana promosi digital
Kesadaran ekonomi wisata perlu diperkuat	Pelibatan masyarakat dalam kegiatan	Meningkatnya kesadaran terhadap peluang ekonomi wisata

Sumber: Diolah dari hasil kegiatan pengabdian Lembang Sarapeang.

SIMPULAN

Objek Wisata Tulak Langi' memiliki potensi alam dan budaya yang dapat dikembangkan sebagai bagian dari pengembangan ekonomi lokal Lembang Sarapeang. Permasalahan utama yang ditemukan meliputi kebersihan, penataan kawasan, keterbatasan fasilitas dan informasi, serta promosi digital yang belum optimal. Kegiatan PKM ini memberikan intervensi melalui penataan kawasan, gotong royong kebersihan, penyediaan fasilitas dan informasi, dokumentasi, serta penguatan promosi melalui media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan perbaikan kebersihan dan kenyamanan, tersedianya fasilitas dasar, dan mulai terbentuknya sarana promosi digital. Untuk menjaga keberlanjutan hasil, diperlukan pemeliharaan fasilitas secara berkala, pengelolaan media sosial secara konsisten, dukungan pemerintah, dan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan produk lokal serta jasa pendukung wisata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim kegiatan pengabdian Lembang Sarapeang mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Kristen Indonesia Toraja, aparat pemerintah Lembang Sarapeang, masyarakat setempat yang telah memberi dukungan dan kerjasama, serta seluruh mahasiswa KKN-T Lembang Sarapeang yang telah membantu dalam pelaksanaan pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagus Sanjaya, R. (2018). Strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Kemetul, Kabupaten Semarang. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 5(1), 91-110. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2018.v05.i01.p05>
- Dende, D., Napo, P., Regency, N. T., & Matasik, A. L. (n.d.). Keywords: Tourism. 1-4.
- Dewi, N. L. Y., & Sedani, N. P. A. (2026). Penguatan Manajemen Kolaborasi Dan Jejaring Berbasis Pentahelix Pada Sentra Industri Kerajinan Perak Sukawati Kabupaten Gianyar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 6(1), 181-188.
- Leiwakabessy, D. R., Sigalingging, A. S. M., Hasim, D., & Sunardi, S. (2026). Penguatan Kapasitas Masyarakat Adat Biak melalui Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Homestay Berbasis Kearifan Lokal untuk Mendukung Kemandirian Ekonomi Berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 6(1), 168-180.
- Pahabol, A., Purnama, D., Rahmadina, E., & Vania, F. (2024). Analisis strategi pemasaran digital suatu destinasi wisata. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 2(11), 901-910.
- Purba, H., & Irwansyah. (2022). User generated content dan pemanfaatan media sosial dalam perkembangan industri pariwisata: Literature review. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 9(2), 229-238. <https://doi.org/10.37676/professional.v9i2.3065>

- Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan media sosial sebagai strategi digital marketing pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76–83. <https://doi.org/10.51977/jiip.v1i1.130>
- Ridla, M., Sawu, M., & Kanom, K. (2023). Strategi promosi pariwisata berbasis digital daya tarik wisata Sendang Seruni di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pariwisata PaRAMA: Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility*.
- Sudiarti, S., Rusliana, N., Setyoningrum, N. G., Alam, A., & Syfa, R. H. A. (2025). Pendampingan pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal di desa wisata. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 201–209. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.379>
- Sugiyarto, S., & Amaruli, R. J. (2018). Pengembangan pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 45–56. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22609>.